

令和7年1月16日

特定商取引法の通信販売分野における執行状況について

消費者庁は、消費者に対して注意喚起及び事業者に対して法令遵守意識の啓発を図るため、これまでの執行件数やその内容等を公表することとしております。

今後も定期的に執行件数やその内容等を公表し、消費者及び事業者に対する注意喚起や周知・啓発を図ることで、行政処分等の法執行と併せ、被害の未然防止及び取引の公正を図ってまいります。

本件に関する問合せ先
消費者庁取引対策課
TEL:03(3507)8800（代表）
URL:<https://www.caa.go.jp/>

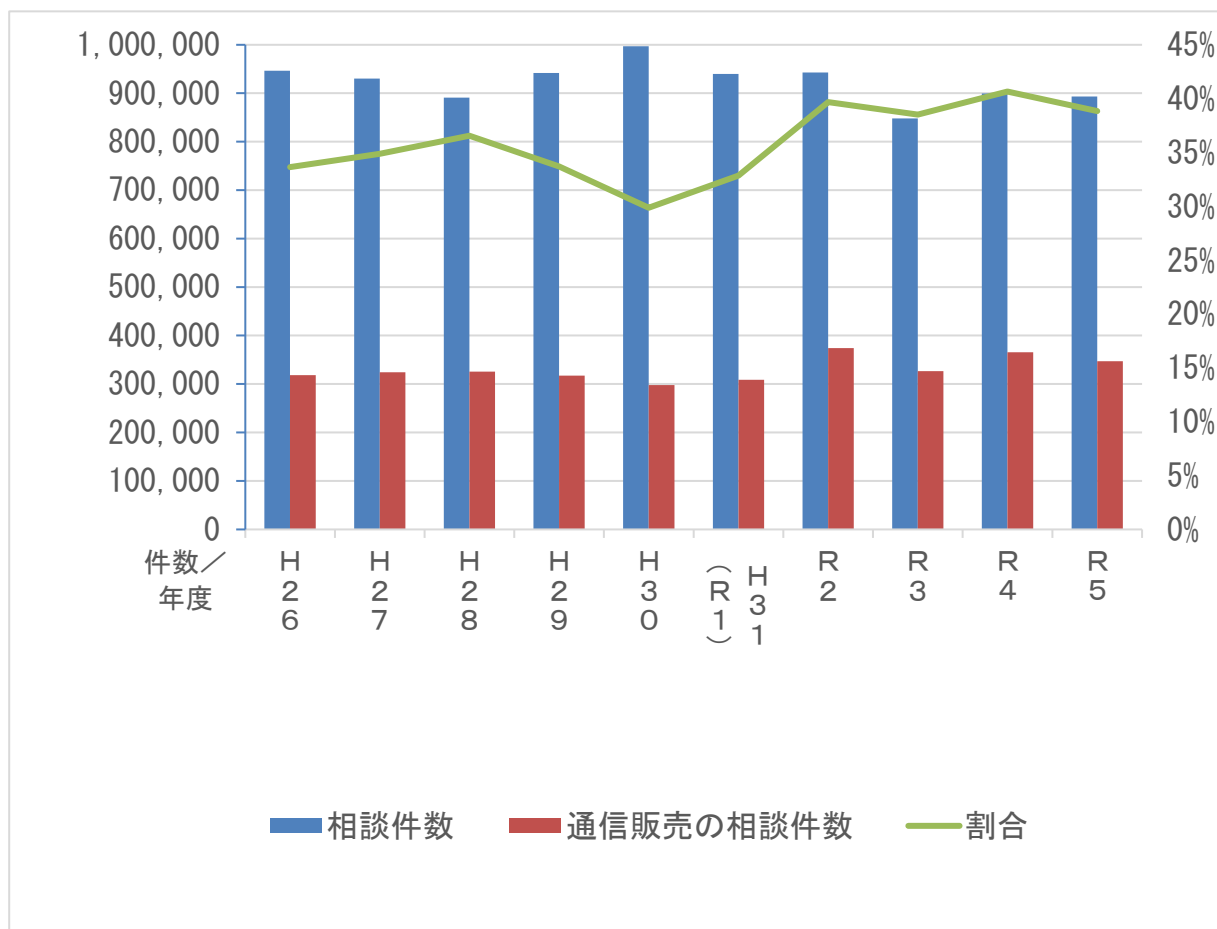
特定商取引法の通信販売分野における執行状況

令和7年1月16日
消費者庁取引対策課

1. 現況

- ・消費生活相談件数は年間約90万件前後で推移しており、そのうち「通信販売」の相談件数の割合は約3～4割で推移している。
- ・こうしたことを踏まえ、①令和3年6月に特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号。以下「法」という。）が改正された（令和4年6月一部施行）ほか、②令和5年9月に、消費者庁取引対策課内に「デジタル班」を設置し、通信販売（以下「通販」という。）に関する執行を強化するなど、消費者被害の防止と適正かつ円滑な取引の実現を図ってきた。

表1 消費生活相談件数の推移¹



¹ 令和6年12月17日までにPIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム：Practical Living Information Online Network System）に登録されたデータである。

2. 執行概況

- ・通販については、令和6年5月から同年12月末までの8か月間で、行政処分（指示、業務停止命令及び業務禁止命令）を4案件実施。当該案件のうち、3案件については、令和3年の法改正で追加された、いわゆる最終確認画面²における表示義務違反を含む事案となっている。
- ・また、令和6年5月から同年12月末までの8か月間で行政指導を6案件実施しており、このうち、電話で解約を受け付けているにもかかわらず、広告に確実に連絡が取れる電話番号を表示していなかった事業者に対する行政指導は3案件であった。
- ・さらに、インターネット通信販売等適正化事業において、インターネット通販・ネットオークション・テレビ通販等の通販サイトのモニタリング調査を実施し、事業者の法令遵守状況を調べるとともに、その結果に基づき、事業者に対して注意喚起通知を令和6年4月から同年12月末までの9か月間で約1200件発出し、消費者被害拡大の防止を行っている。

表2 国による通信販売の行政処分件数（案件ベース）の推移（令和3年度以降）

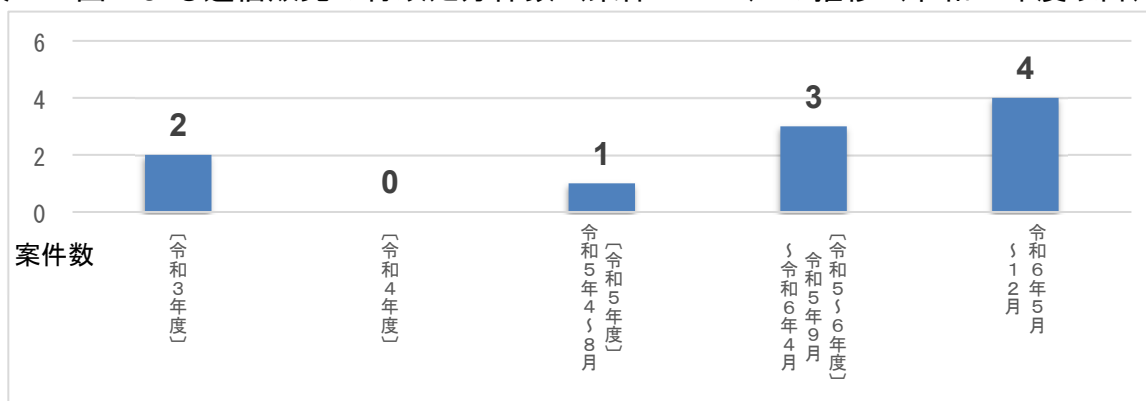
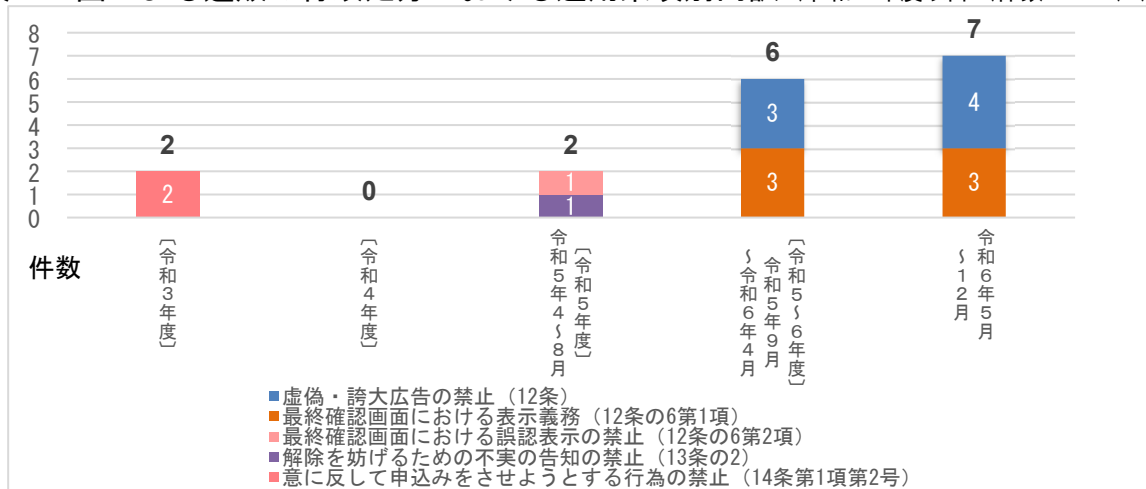


表3 国による通販の行政処分における適用条項別内訳（令和3年度以降（件数ベース））



² 特定商取引法第12条の6で規定する「特定申込みに係る手続が表示される映像面」のこと。インターネットを利用した通販において、その画面内に設けられている申込みボタン等をクリックすることにより契約の申込みが完了することとなる画面が原則として該当する。

表4 国による通信販売の行政指導件数（案件ベース）の推移（令和5年9月以降）

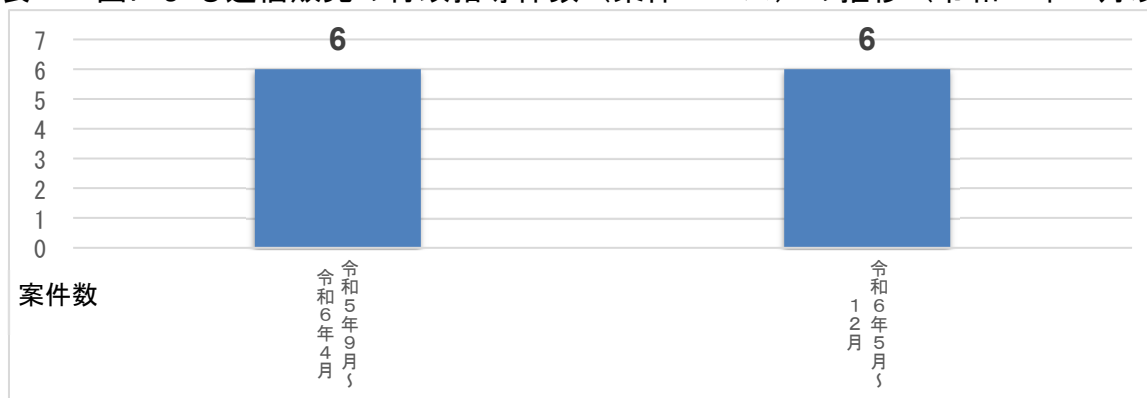


表5 国による通販の行政指導における適用条項別内訳（令和5年9月以降（件数ベース））

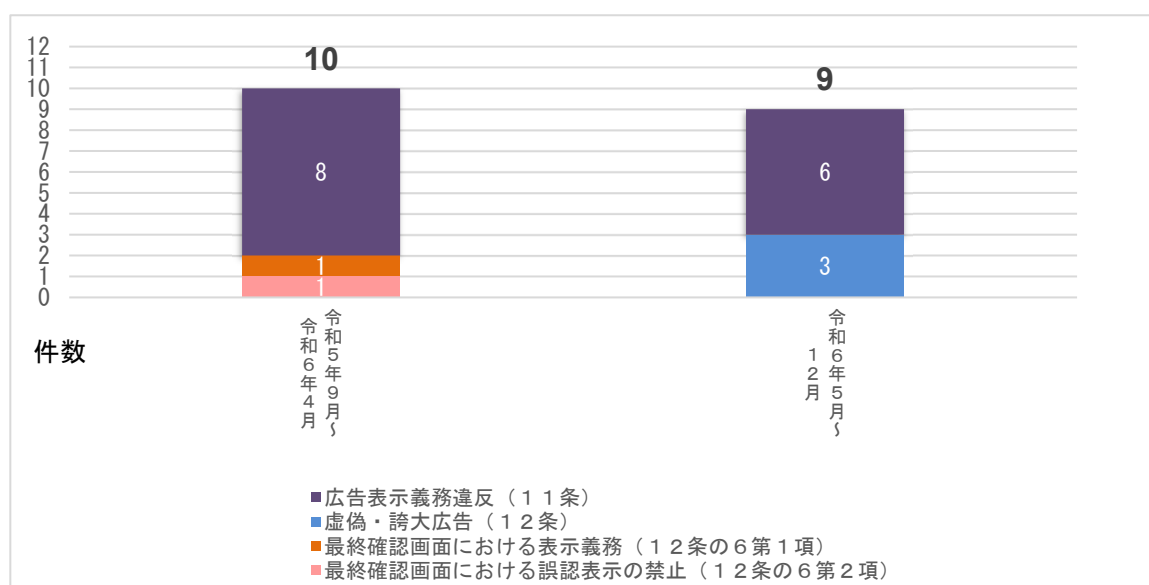
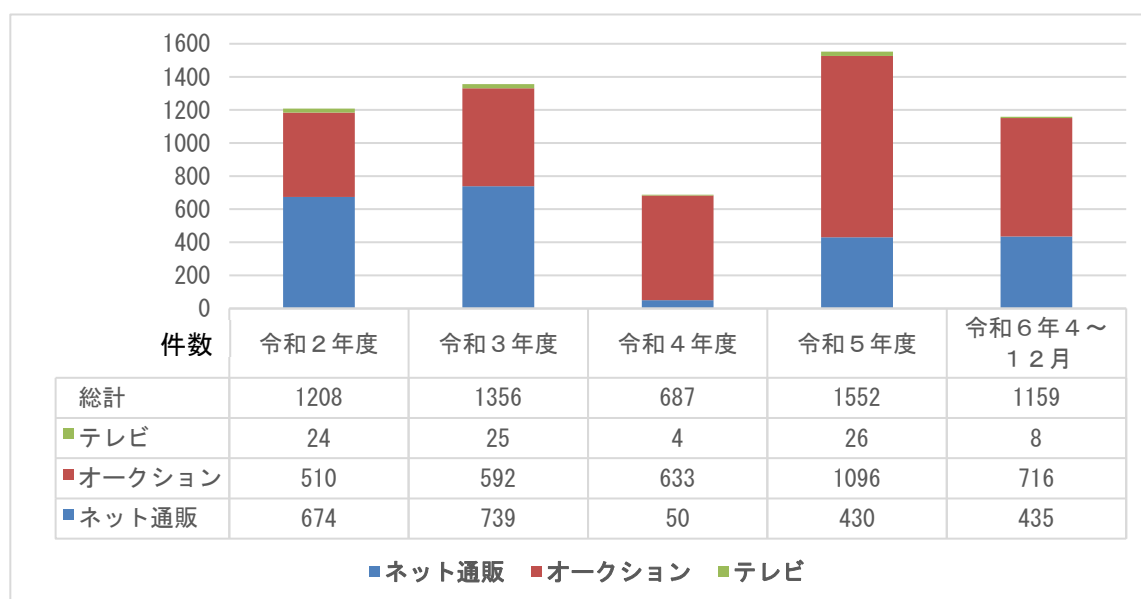


表6 注意喚起発出件数（令和6年12月末時点まで）



3. 総括

- ・デジタル班の体制を強化する等、通販事案の執行を強化し、悪質事業者に対して、行政処分だけでなく行政指導や注意喚起等の様々なツールを活用しながら、迅速かつ適切な対応を着実に実施している。
- ・引き続き、詐欺的な定期購入商法（※）を行う悪質事業者等に対する法執行を積極的に行っていくとともに、消費者における最終確認画面の重要性の認識向上や通販における契約の申込みの意思表示に係る取消権の更なる活用に向けて、チラシによる消費者に対する注意喚起や認知度向上の取組、商品の購入時の最終確認画面のスクリーンショット保存の呼び掛け等の取組を進めていく。

※詐欺的な定期購入商法の例

- ①定期購入契約の2回目を受け取らない場合、高額な手数料がかかるにもかかわらず、広告及び最終確認画面にその旨の表示がないもの。
 - ②最終確認画面にて、容易に解約ができるように示しておきながら、実際には煩雑な手続を要するもの。
 - ③広告及び最終確認画面にて、当該ページからは単品のお試し購入を申し込むことになるかのように示しておきながら、実際には定期購入契約を申し込むことになるもの。
- ・また、商品購入時の最終確認画面のスクリーンショット保存の呼び掛けにあわせて、申込みボタン等をクリックすると契約の申込みが完了する最終確認画面であることを消費者が明確に視認できるよう、画面の表題に「注文内容の最終確認」と記載することが望ましいとしたガイドラインの改正を行った（次ページ参照。）。
 - ・今後も定期的に執行件数やその内容等を公表し、消費者及び事業者に対する注意喚起や周知・啓発を図ることで、行政処分等の法執行とあわせて、消費者被害の未然防止及び適正かつ円滑な取引の実現を図ってまいりたい。

4. 消費者の方々へのメッセージ

- ・通販事業者には、最終確認画面（次ページの例を参照。）において、①商品の分量 ②販売価格・対価、③支払の時期・方法、④引渡・提供時期、⑤申込みの撤回・解除に関すること及び⑥申込期限を表示することが義務付けられています。
- ・事業者が、最終確認画面にこうした事項を表示しないことなどにより、消費者に誤認を与えた場合、契約の申込みの意思表示を取り消せる場合があります。
- ・「知らない間に定期購入契約を結んでしまっていた」、「取消権を使いたいけど、最終確認画面に何かが書いてあったか覚えていない」などといった事態に陥らないためにも、ぜひ、最終確認画面の表示内容をスクリーンショットなどを活用し、証拠として残すようにしましょう。
- ・また、「思った契約内容と違う」、「こんなに高いものを買ったつもりはなかった」等といった事態に陥った場合は、消費生活ホットライン（188）にすぐ御相談ください。

※最終確認画面の例

※ガイドライン改正内容

申込ボタン等をクリックすると契約の申込みが完了する画面であることを、消費者において明確に視認できるよう、例えば画面の表題として「注文内容の最終確認」と付すなど、契約の申込み前の最終画面である旨の標記を行うことが望ましい。

①カート
②お客様情報入力
③お支払方法の選択
④注文内容の最終確認
⑤御注文完了

注文内容の最終確認

お申込み内容
[変更](#)

サプリメント定期購入コース【5回お届けコース】

商品価格	初回	1,100円（税込）
	2回目	3,300円（税込）
	3回目	3,300円（税込）
	4回目	3,300円（税込）
	5回目	3,300円（税込）
送料（1回当たり）		500円（税込）

・各回につき3袋をお届け
⇒5回分計15袋となります

・1袋の内容量は30粒

・1か月に1回発送

商品画像

お支払い方法
[変更](#)

*クレジットカード払い（一括）
カード名義人：SYUJI TARO
カード番号：****-****-****-XXXX
有効期限：XX / XXXX

初回のお支払額
（初回の商品価格及び送料） 1,600円（税込）

2～5回目の各回のお支払額
（2～5回目の各回の商品価格及び送料） 3,800円（税込）

5回分のお支払総額 16,800円（税込）

【クレジットカードでのお支払いの場合】毎月1回分のお引き落とし
【コンビニ後払いの場合】商品に同封する請求書により、商品到着後7日以内のお支払い
※商品価格と送料の合計額の引き落とし又は御請求となります。

お届け先

ショウヒ タロウ 消費 太郎 様 〒100-XXXX
東京都千代田区霞が関×-×-×

[変更](#)

発送方法

宅配便（御自宅へのお届け）

[変更](#)

お届け時期

初回は御注文の完了から4日以内に発送
2回目以降は、前回発送日から起算して1か月が経過する日に発送

御注文完了後のキャンセル・返品・契約の解約について

- 御注文完了後2時間以内は、ウェブサイトのマイページ内でのお手続（※1）により御注文のキャンセルが可能です。
- 商品到着後7日以内であれば返品が可能です。（ただし、不良品の場合を除き、返送費用はお客様負担となります。）返品された場合、翌月分以降の契約も自動で解約されます。
- 契約期間の途中で御解約される場合には、商品発送の5日前（※2）までに、マイページ内でのお手続（※3）を行っていただくか、以下に記載の電話番号（※4）へ御連絡ください。商品発送の5日前までの御連絡があれば、お客様に費用負担が生じることはありません。

（※1）マイページの「注文履歴」>「御注文のキャンセル」を押していただき、「キャンセルを受け付けました」のページが表示されるとキャンセル完了となります。

（※2）前回発送日（商品に同封する案内に記載）から1か月後が次回の発送日となります。

（※3）マイページの「注文履歴」>「定期購入解約」を押していただき、「解約手続が完了しました」のページが表示されると解約完了となります。

（※4）解約手続用の御連絡窓口：（電 話）XX-XXXX-XXXX

[TOPページに戻る](#)
（注文は確定されません）

[注文を確定する](#)

(参考) 具体的な事案内容 (処分類型別)

(1) 行政処分事案 (違反: 4 案件)

事案名	該当条文・処分内容	事案概要
株式会社 S U N S I R I (令和 6 年 1 0 月 3 日)	①法第 1 2 条 : 優良誤認 (効能) ②法第 1 2 条の 6 第 1 項 : 最終確認画面における表示義務違反 (解除)	① 株式会社 S U N S I R I (以下「S U N S I R I」という。) は、少なくとも令和 6 年 5 月 2 2 日から同年 7 月 2 日までの間に、「ケシミシワ」と称する美容クリーム (以下「本件商品」という。) の効能について広告をしたとき、「塗って速攻? ! 深いシワも完全消滅! !」、「塗ると速攻顔中のシワが完全に消えた! !」及び「市販の美容品とは違い確実にシワからシミまで消せます! !」との文言を表示するとともに、顔面にクリームを塗ってなでるような動作をすると即座にしわが消えたかのような動画及び本件商品の使用前後の状況に対比したかのような画像を表示することにより、あたかも、本件商品を塗布するのみで即座にしわ及びしみを完全かつ確実に消すことができるかのような表示をしていた。 この点について、当庁から S U N S I R I に対し、特定商取引法第 1 2 条の 2 の規定に基づき、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、S U N S I R I は資料を提出した。 しかし、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料とは認められないものであったため、S U N S I R I が行った当該表示は、特定商取引法第 1 2 条の 2 の規定により、商品の効能につき、実際のものよりも著しく優良であると人を誤認させるような表示に該当するものとみなされる。 ② S U N S I R I は、少なくとも令和 6 年 5 月 2 2 日から同年 7 月 2 日までの間に、購入者に対して本件商品を定期的に継続して引き渡し、購入者がこれに対する代金の支払をすることとなる契約 (以下「本件定期購入契約」という。) の解除に関する事項について、本件ウェブサイト上の本件商品のランディングページ (検索結果や広告等を経由して消費者が最初にアクセスするページのこと。) で本件定期購入契約の特定申込みを受ける場合、当該特定申込みに係る手続が表示される映像面において、本件定期購入契約の解除に関する事項 (消費者が商品を受領後、次回のお届け予定日の 1 5 日前までに問合せ窓口へ電話をかけ、自動音声による案内が終わった後に S M S により送信された U R L にアクセスし、特定申込み時には設定を求められていないパスワードの入力を求められ、パスワード設定の手続を行った後、消費者が自
	指示、業務停止命令 3 か月、業務禁止命令 3 か月 (代表取締役)	

事案名	該当条文・ 処分内容	事案概要
		身で前記URLに戻ってパスワードの入力をし、解約理由を選択し、「コースを解約する」と表示されたボタンをクリックし、名前、電話番号、住所及び解約理由を入力及び送信することによって解約が完了する等）を表示していなかった。
株式会社HappyLifeBio（令和6年10月16日）	①法第12条：優良誤認（効能） ②法第12条の6第1項：最終確認画面における表示義務違反（解除） 指示、業務停止命令9か月、業務禁止命令9か月（代表取締役）	①株式会社HappyLifeBio（以下「HappyLifeBio」という。）は、少なくとも令和6年5月22日から同年7月9日までの間に、「ハダキララ」と称する美容液（以下「本件商品」という。）の販売条件について広告をしたとき、本件商品の効能について、（i）「シミが99.9%消える！！」、（ii）「だから！10年以上悩み続けたシミも」、「目に見えるほどの効果を実感しました！」、（iii）「\だけど！／「シミを完全に消すなら絶対これ！」と美容皮膚科で働く友人が激推しする“シミの漂白液”を使ってみると…」、（iv）「シミが完全に消滅！経過を撮っておいたのですがどんどんシミが薄くなってますよね！」、（v）「だから！濃いシミが自宅で簡単に消える時代が来たんです！！」、（vi）「どんな人でも3日でシミが消える」及び（vii）「\3日でシミ消滅は確実！！／それが・・・\シミの漂白剤／『ハダキララ』と表示（以下「本件表示①」という。）し、あたかも、本件商品について、皮膚に塗布するのみで、当該箇所に存在するしみを3日間で確実に消すことができる効能があるかのような表示をしており、また、（viii）「どんなシミ肌でも2度とシミができない肌に生まれ変わるんです！」及び（ix）「つまりこのシミの漂白剤さえあればすべてのシミ悩みが解決♪」と表示（以下「本件表示②」という。）し、あたかも、本件商品を皮膚に塗布することでしみが消えた後は、二度としみが発生しない効能があるかのように示す表示をしていた。 この点について、当庁からHappyLifeBioに対し、特定商取引法第12条の2の規定に基づき、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、HappyLifeBioは資料を提出した。 しかし、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料とは認められないものであったため、HappyLifeBioが行った当該表示は、特定商取引法第12条の2の規定により、商品の効能につき、実際のものよりも著しく優良であると人を誤認させるような表示に該当するものとみなされる。

事案名	該当条文・ 処分内容	事案概要
		② HappyLifeBioは、少なくとも令和6年5月22日から同年6月18日までの間に、チャットボットページ上で「マイ・ハダキララ調合サービス」と称する定期購入契約（以下「本件定期購入契約」という。）の特定申込みを受けた際、当該特定申込みに係る手続が表示される映像面において、本件定期購入契約の解除の条件及び方法について、単に「2回目の注文を休止・停止される際は初回の商品発送日から13日目よりマイページ・お問い合わせフォーム・メール・LINE・電話にて受け付けております。次回出荷準備予定日の10日前までにマイページ・お問い合わせフォーム・メール・LINE・電話よりご連絡ください。」「休止・停止を行うためにはポイントを『ハダキララ』モールにて全てお使いいただき、残がないようにしていただく必要がございます。ポイント残があり、『ハダキララ』モールでポイントを使うことをご希望されない場合は、ポイント消滅請求によりポイントを消滅させてから解約手続に入ることが可能です。」などと表示していたのみであった。 しかし、HappyLifeBioは、当該映像面において、解約の連絡をする際の電話番号を、また、「ご利用規約」と題するページにて、当該映像面に表示していた解約の条件とは異なる条件を課していること、電話による解約を希望する場合には、商品を受領後、次回出荷予定日の10日前までに同電話番号に電話をした上で、自動音声により案内される「休止、解約に関するお問い合わせ」ではなく、「その他のお問い合わせ」の番号を押した上で、自動音声により案内される別の電話番号に改めて電話をかけ直し、自動音声に従って顧客が登録している自らの電話番号及び井を押して解約の仮受付をし、HappyLifeBioによる確認を受け、HappyLifeBioからの「定期コースの停止可否の結果」のメールを待つという煩雑な手続を行う必要が生じる場合があること、ポイント消滅請求を行うためには、マイページから休止・停止フォームに入る際に表示される解約方法の案内ページへのボタンから、解約方法の案内ページを開いた上で、そのページをスクロールしていくと表示されるリンクを自ら発見してポイント消滅請求を行うか、HappyLifeBioに対し、何らかの方法により問合せを行って、ポイント消滅のURLのメール送信をさせた上で、そのURLからポイント消滅画面に入るか、サポートセンターのスタッフをして管理

事案名	該当条文・処分内容	事案概要
		画面よりポイント消滅を行わせるなどしなければならないことなどをいずれも明示しておらず、売買契約の解除に関する事項の一部しか表示していなかった。
株式会社マーキュリー（令和6年10月31日）	法第12条：優良誤認（効能） 指示、業務停止命令3か月、業務禁止命令3か月（代表取締役）	株式会社マーキュリー（以下「マーキュリー」という。）は、少なくとも令和6年1月13日から同年3月26日までの間に、「o-r-d-e-n-t C-l-e-a-r W-h-i-t-e」（オーデントクリアホワイト）と称する薬用歯磨き（以下「本件商品」という。）の販売条件について広告をしたとき、本件商品の効能について、本件商品のランディングページ（検索結果や広告等を経由して消費者が最初にアクセスするページのこと。以下同じ。）（以下、当該ランディングページを「本件LP①」という。）において、「10秒で黄ばみ消えた！・・・本当に10秒歯に塗るだけで歯が真っ白になったんです！」との表示、本件商品の効能を示す歯の画像の表示及び「つまり！オーデントを10秒塗るだけで ・黄ばみを落とす ・永久に白い歯をキープ」との表示（以下、本件LP①における上記の表示をまとめて「本件表示①」という。）をすることにより、あたかも、本件商品には、本件商品を歯に10秒程度塗布するのみで、塗布した箇所の歯の黄ばみを完全に除去して歯を白くする効能があるかのような表示をしていた。 また、マーキュリーは、少なくとも令和6年2月27日から同年7月9日までの間に、本件商品の販売条件について広告をしたとき、本件商品の効能について、本件商品のランディングページ（以下、当該ランディングページを「本件LP②」という。）において、「歯の蓄積黄ばみを... 完全漂白できる裏技 黄ばみボロボロ落ちる理由...」及び「黄ばみがベリッ？！」との表示、本件商品の効能を示す歯の画像の表示並びに「頑固な黄ばみが消えてモデル級の真っ白の歯に！！」、「使った瞬間に効果を実感できるらしく、『黄ばみがボロボロ落ちた！』『タバコ黄ばみまで完全に落ちた！』と話題に！」、「オーデントはホワイトニング治療で使われる成分『PEG400』を限界配合！・・・その特効成分がステインを浮かせて剥がすんです！ だからさっと磨くだけでボロボロ落ちる！！」及び「数十年へばりついた黄ばみも余裕で100%落として真っ白の歯に！」との表示（以下、本件LP②における上記の表示をまとめて「本件表示②」という。）をすることにより、あたかも、本件商品には、本件商品を歯に塗布するだけで即座に歯に付着した

事案名	該当条文・処分内容	事案概要
		黄ばみを完全に除去して歯を白くする効果があるかのような表示をしていた。 この点について、当庁からマーキュリーに対し、特定商取引法第12条の2の規定に基づき、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、マーキュリーは資料を提出しなかった。 このため、マーキュリーが行った当該表示は、特定商取引法第12条の2の規定により、商品の効果につき、実際のものよりも著しく優良であると人を誤認させるような表示に該当するものとみなされる。
株式会社VERIFY（令和6年12月20日）	①法第12条：優良誤認（効果） ②法第12条：事実相違（分量、価格、支払時期及び方法、引渡時期及び解除） ③法第12条の6第1項：最終確認画面における表示義務違反（分量、価格、支払時期及び方法、引渡時期及び解除） 指示、業務停止命令6か月、業務禁止命令6か月（代表取締役）	① 株式会社VERIFY（以下「VERIFY」という。）は、少なくとも令和6年7月23日から同月29日までの間に、「白雪若肌 スノースキン ラグジュアリークリーム」と称する美容クリーム（以下「本件商品」という。）の効果について広告をしたとき、本件商品の使用前後の顔面の画像とともに「＼年齢・遺伝関係なし／塗るだけでシワがピーンッ！！」、「本当に塗るだけで顔のシワが完全に消えた！？んです！！」、「白雪若肌がどんなシワでも塗るだけで無くせる理由…」、「だから塗るだけでシワがスーッと消えるんです！」、「シミの原因となるメラニンを溶かしてくれるので…塗るだけでシミ完全消滅！？」、「塗ったらすぐにシワとシミが消えるから」など并表示することにより、あたかも、本件商品を塗布するのみで即座にしわ及びしみを消すことができるかのような表示をしていた。 この点について、当庁からVERIFYに対し、特定商取引法第12条の2の規定に基づき、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、VERIFYは資料を提出した。 しかし、当該資料は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料とは認められないものであったため、VERIFYが行った当該表示は、特定商取引法第12条の2の規定により、商品の効果につき、実際のものよりも著しく優良であると人を誤認させるような表示に該当するものとみなされる。 ② VERIFYは、少なくとも令和6年7月23日から同月29日までの間に、本件商品の販売条件について広告をしたとき、「一回限り 解約不要 1,980

事案名	該当条文・処分内容	事案概要
		円」などに表示することにより、あたかも、本件商品の販売条件が定期購入契約ではないかのような表示をしていた。 しかし、当該広告から遷移する、VERIFYが運用するウェブサイト（そのURLがhttps://shirayuki-wakahada.com/shopで始まるもの。以下「本件ウェブサイト」という。）上の本件商品のランディングページ（検索結果や広告等を経由して消費者が最初にアクセスするページのこと。）及び本件ウェブサイト上の本件商品のチャットボットページ（以下「本件チャットボットページ」という。）から申し込むことができる契約は、購入者に対して本件商品を定期的に継続して引き渡し、購入者がこれに対する代金の支払をすることとなる契約（以下「本件定期購入契約」という。）であった。 ③ VERIFYは、少なくとも令和6年7月23日から同年9月3日までの間に、本件チャットボットページ上で本件定期購入契約の特定申込みを受けた際、当該特定申込みに係る手続が表示される映像面において、本件定期購入契約に基づいて販売する本件商品の分量、販売価格、代金の支払の時期及び方法、引渡時期並びに本件定期購入契約の解除の条件及び方法を明示していなかった。

（２）行政指導事案（違反疑い：６案件）

処分業種	該当条文	事案概要
サプリメントの販売	法第12条：優良誤認（効能）	事業者Aは、通信販売するサプリメントの販売条件について広告をするときに、商品の効能につき、実際のものよりも著しく優良であると人を誤認させるような表示をしていた。
	法第11条第5号・第6号：広告表示義務違反（撤回又は解約、電話番号）	事業者Bは、通信販売するサプリメントの販売条件について広告をするときに、当該サプリメントの定期購入契約（購入者に対して商品を定期的に継続して引き渡し、購入者がこれに対する代金の支払をすることとなる契約）について、電話で解約を受け付けているにもかかわらず、消費者が事業者Bと確実に連絡が取れる電話番号を表示していなかった疑いがある。
健康食品の販売	法第11条第5号・第6号：広告表示義務違反（撤回又は解約、電話番号）	事業者Cは、通信販売する健康食品の販売条件について広告をするときに、当該健康食品の定期購入契約（購入者に対して商品を定期的に継続して引き渡し、購入者がこれに対する代金の支払をすることとなる契約）について、電話で解約を受け付けているにもかかわらず、消費者が事業者Cと確実に連

処分業種	該当条文	事案概要
	号)	絡が取れる電話番号を表示していなかった疑いがある。
化粧品の販売	法第12条:優良誤認(効能)	事業者Dは、通信販売する化粧品の販売条件について広告をするときに、商品の効能につき、実際のものよりも著しく優良であると人を誤認させるような表示をしていた。
	法第12条:優良誤認(効能)	事業者Eは、通信販売する化粧品の販売条件について広告をするときに、商品の効能につき、実際のものよりも著しく優良であると人を誤認させるような表示をしていた。
	法第11条第5号・第6号:広告表示義務違反(撤回又は解約、電話番号)	事業者Fは、通信販売する化粧品の販売条件について広告をするときに、当該化粧品の定期購入契約(購入者に対して商品を定期的に継続して引き渡し、購入者がこれに対する代金の支払をすることとなる契約)について、電話で解約を受け付けているにもかかわらず、消費者が事業者Fと確実に連絡が取れる電話番号を表示していなかった疑いがある。

ネット通販の落とし穴、知って安心！

定期購入トラブルの事例をチェック



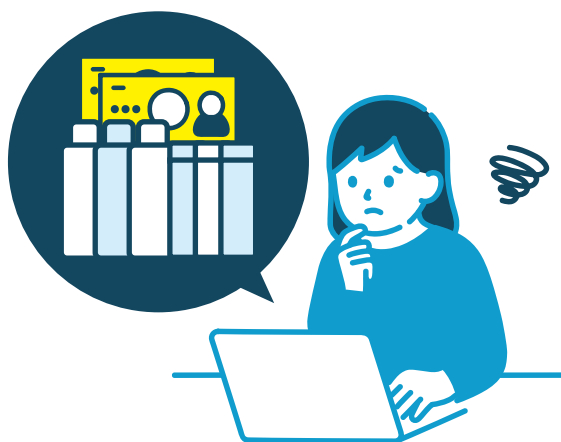
01

初回だけ500円



初回は安く、
2回目以降が高額料金

2回目以降は1万円



02

電話だけでなく、**SNSの登録**も必要!?



簡単に止められると
あったのに…
面倒な手続きが必要

03



途中解約が
できないの!?

特典を付けたら、
途中解約が出来ない
内容になっていた

／ これって1回限りじゃない！？ ／ 購入申込前の確認ポイント

❗ 1回限りの購入？継続的な購入？

❗ 継続的な購入の場合、回数は？
解約しないとずっと続く？

❗ 継続的な購入の場合、
総額や一定額での支払額は？※

※継続的な購入の場合、1回目の商品価格は安くても、
2回目以降の商品価格が高いことがあるため、2回目以降の商品価格や
総額をしっかりと確認しましょう。

❗ 解約方法・条件や返品方法・条件は？

❗ 支払時期や引渡時期は？※

※継続的な購入の場合、2回目以降の商品は前回の商品が届いてから
何日後に届くか、後払いの場合は、商品が届いてから何日以内に
支払うのが必要かを確認しましょう。



最終確認画面の表示内容をスクリーンショットで保存しておきましょう。

ネット通販での購入時には、
最終確認画面の
スクリーンショットを
保存しましょう！



スクリーンショットを
買う前に習慣化！



その通信販売は大丈夫？ 契約前に**最終確認画面**を よく確認しましょう！

通信販売で商品等を購入する場合には、
最終確認画面に表示された契約条件をよく確認してください。

01

分量



数量、回数、期間等を表示
定期購入契約の場合、
各回の分量、総分量也表示

02

販売価格・対価



複数商品を購入する場合、
支払総額也表示
定期購入契約の場合、
2回目以降の代金也表示

03

支払の時期・方法



定期購入契約の場合、
各回の代金請求時期
也表示

04

引渡・提供時期



定期購入契約の場合、
各回の商品発送時期
也表示

05

申込みの撤回、 解除に関すること



返品や解約の条件、方法、
効果等を表示
解約申出に期間がある場合、
申出期限を表示

06

申込期間 (期限のある場合)



季節商品のほか、
期間限定販売を行う場合、
その申込期間を表示

● 契約は取消しできるの…？

事業者側が上記事項について表示しないことなどにより、消費者に誤解を与えた場合、
誤解して申込みをした消費者は、**契約の申込みの意思表示を取り消せる**場合があります。

● 失敗しないために出来ることは…？

最終確認画面の表示内容のスクリーンショット等は、上記取消しの場合に証拠になります。

● 契約について不安で相談したい…

最終確認画面に上記事項の表示がない場合は、
消費者生活ホットライン **188** にすぐご相談ください。



消費者庁 消費者ホットライン188
イメージキャラクター イヤヤン